

3 関東

東京都内にホテルが続々開業
世界遺産、富岡製糸場の入場者数が急増
箱根山の火口周辺警報で観光業に打撃

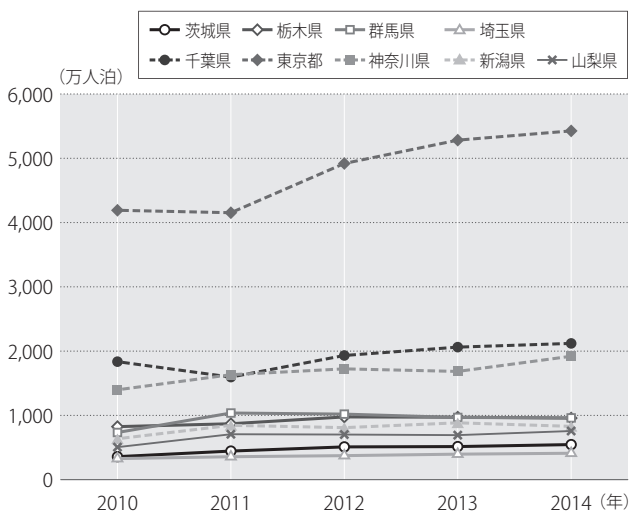
(1) 都道府県レベルの旅行者動向

14年1月～12月の関東地方の延べ宿泊者数については、関東地方全体で前年比3.5%増の1億3,959万人泊となり、国内旅行の需要増が続いている。延べ宿泊者数が増加したのは神奈川県(前年比14.0%増)、山梨県(同9.3%増)、茨城県(同6.0%増)、埼玉県(同3.4%増)、千葉県(同2.8%増)、東京都(同2.7%増)、減少したのは群馬県(同6.0%減)、栃木県(同1.4%減)、新潟県(同0.7%減)となっている(図IV-3-1)。

外国人延べ宿泊者数については、関東地方全体で前年比34.4%増の1,884万人泊となった。

外国人延べ宿泊者数が増加したのは、山梨県(前年比92.8%増)、東京都、神奈川県(ともに同34.2%増)、千葉県(同30.1%増)、新潟県(同27.2%増)、茨城県(同6.3%増)、群馬県(同3.1%増)、埼玉県(同1.9%増)となっている(図IV-3-2)。特に山梨県の増加率が高く、富士山登山をする外国人旅行者の増加による影響が大きいと見られる。また、東京都と神奈川県、千葉県の増加率も高く、東京都の宿泊施設では収まりきらない外国人観光客が、周辺の県でも宿泊している様子が見える。

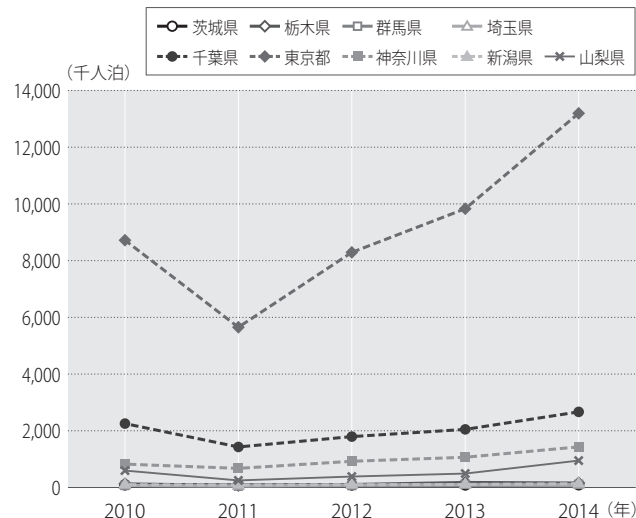
図IV-3-1 延べ宿泊者数の推移(関東)



県	2010	2011	2012	2013	2014
茨城県	358	445	510	515	546
栃木県	825	870	976	972	958
群馬県	666	875	839	914	859
埼玉県	328	357	374	397	411
千葉県	1,836	1,596	1,932	2,062	2,120
東京都	4,191	4,153	4,919	5,282	5,426
神奈川県	1,398	1,633	1,724	1,684	1,920
新潟県	734	1,037	1,020	968	961
山梨県	506	707	702	693	757

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする 単位: 万人泊
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする
資料: 観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-3-2 外国人延べ宿泊者数の推移(関東)



県	2010	2011	2012	2013	2014
茨城県	92	88	89	88	94
栃木県	128	77	107	179	159
群馬県	73	49	69	109	112
埼玉県	75	55	88	98	99
千葉県	2,254	1,430	1,795	2,050	2,667
東京都	8,720	5,652	8,292	9,831	13,195
神奈川県	825	675	925	1,067	1,433
新潟県	99	91	97	107	136
山梨県	597	250	387	492	949

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする 単位: 千人泊
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする
資料: 観光庁「平成26年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

(2) 観光地の主な動向

●東京都内にホテルが相次いでオープン

14～15年にかけて、東京都内では相次いでホテルがオープンしている(表IV-3-1)。

○高級ホテルの開業

14年6月には「アンダーズ東京」が虎ノ門ヒルズにオープン。同ホテルはハイアットグループの新ブランドで、形式にとらわれないサービスを提供する「パーソナルスタイル」というコンセプトが注目を集めた。

14年12月にはアマンリゾートが大手町タワーに「アマン東京」を限定開業した。アマンリゾートはアジアのリゾート地で数多くのホテルを運営しているが、都市型ホテルの開業は東京が初となる。「小規模」であることに価値を見だし、客室数を抑えることで、都心でもリゾートホテルのような滞在空間の提供を目指す。

同じく14年12月に「ミレニウム三井ガーデンホテル」が開業。シンガポールのホンリョングループの「ミレニウム」ブランドのホテルで、同ブランドは初の日本進出となる。和の雰囲気を出した内装で、訪日外国人を主なターゲットとしている。「パールルーム」や「金箔ルーム」などといったスペシャルルームの展開で注目を集めた。

○ユニークなカプセルホテルが次々とオープン

東京都内では、高級ホテルとは対照的な、低価格な宿泊施設も次々とオープンしている(表IV-3-2)。

14年9月には「カプセルホテル SLEEPS北千住」がオープン

した。バーとサウナ付き露天風呂を備えた豪華な設備で、内装や照明もこだわりのスタイリッシュなデザインとなっている。

15年1月にはコンパクトホテル「ファーストキャビン」が、秋葉原と羽田空港に次いで、築地にオープンした。客室は飛行機のファーストクラスをイメージした空間で、高さのあるキャビン式。ビジネスホテルとカプセルホテルの間の価格帯となっている。

15年4月には浅草に「グリッズ(GRIDS) 秋葉原」がオープン。築34年のビルをリノベーションしたホテルで、「POD」と呼ばれる1人用2段ベッドから、通常のドミトリー、シングルルーム、ファミリー向けルームまでを備えている。

●成田空港内にカプセルホテルがオープン

14年7月、成田空港第2ターミナルに直結する地下1階に、カプセルホテル「ナインアワーズ成田空港」が開業した。ホテル名は「7時間の睡眠と1時間のシャワー、1時間の休息」がコンセプトで、睡眠の質にこだわったアメニティをそろえる一方、食事処やカプセル内のテレビなどは備えていない。深夜早朝に発着するLCC便に対応したもので、主に外国人観光客をターゲットとしている。

表IV-3-1 都内で開業した主なホテル

施設名	所在地	開業年月
コートヤード・バイ・マリオット 東京ステーション	京橋(中央区)	2014.4
アンダーズ東京	虎ノ門(港区)	2014.6
ホテル龍名館お茶の水本店	御茶ノ水(千代田区)	2014.8
JR九州ホテル プラッサム新宿	新宿(新宿区)	2014.8
ロイヤルパークホテル ザ 羽田	羽田空港国際線ターミナル(大田区)	2014.9
センチュリオンホテル池袋	池袋(豊島区)	2014.9
アマン東京	大手町(千代田区)	2014.12
ミレニアム 三井ガーデンホテル	銀座(中央区)	2014.12
ホテルグレイスリー新宿	新宿(新宿区)	2015.4

資料：各種資料をもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-3-2 都内で開業した主なカプセルホテル

施設名	所在地	開業年月
ゲストハウス WASABI 日暮里	日暮里(荒川区)	2014.7
カプセルホテル SLEEPS北千住	北千住(足立区)	2014.9
安心お宿プレミア新宿駅前店	新宿(新宿区)	2014.11
ファーストキャビン	築地(中央区)	2015.1
カプセルネット おもてなしのお宿	上野御徒町(台東区)	2015.1
グリッズ(GRIDS) 秋葉原	秋葉原(千代田区)	2015.4
COMMUN SHIBUYA	渋谷(渋谷区)	2015.5
東京銀座BAY HOTEL	銀座(中央区)	2015.7

資料：各種資料をもとに(公財)日本交通公社作成

●東京都が2020年のオリンピック・パラリンピック開催に向け、各種戦略を発表

東京都は14年12月、20年のオリンピック・パラリンピック開催に向け、「東京都長期ビジョン～『世界一の都市・東京』の実現を目指して～」を発表した。20年までのビジョンでは、多言語対応の推進や交通利便性の向上、交通機関や公共空間のバリアフリー化を政策目標としている。また、「日本人のこころと東京の魅力の発信」を目指した都市戦略のなかでは、20年の訪都外国人の目標を年間1,500万人と定め、ボランティアの育成やWi-Fi利用環境の充実、芸術文化拠点の魅力向上などを目指すとしている。

東京都ではさらに、「東京ブランド」の確立に向けた「東京のブランディング戦略」を15年3月に発表した。戦略のなかでは、ブランドコンセプトを「伝統と革新が交差しながら、常に新しいスタイルを生み出すことで、多様な楽しさを約束する街。」と定め、旅行地としての東京の認知度向上や海外競合都市との差別化を図ることで、旅行者の来訪につなげることを目指す。今後、ロゴやキャッチコピーの制作、ブランドブックやCM、オンライン広告の作成、イベント、海外でのプロモーションなどの取り組みを進めていく。

●新潟デスティネーションキャンペーン開催

14年4月～6月にかけて、「うまさぎっしり新潟」をキャッチフレーズに新潟デスティネーションキャンペーンが開催された。

長岡市では、13年より開催している「越後長岡 美酒めぐり」を合わせて開催した。同イベントでは1,500円のチケットで、市内19歳以上55歳未満のなかからおちょこ6杯分の地酒と、2品のおつまみを楽しむことができる。

またキャンペーンに合わせ、「越乃Shu*Kura」号や「SLばんえつ物語」号など、さまざまなイベント列車が運行された。このうち「越乃Shu*Kura」号は新潟の「酒」をコンセプトにした列車で、高田駅と十日町駅間を結ぶ。新潟の地酒と地元食材にこだわったおつまみを楽しむことができる他、イベントスペースではジャズの生演奏なども行われる。また「蔵守～Kuramori～」と名付けられたサービスカウンターの利き酒コーナーでは、5種類の地酒を試飲(有料)することができる。

15年も土日・祝日を中心に運行されており、上越妙高駅と十日町・新潟・越後湯沢間を結ぶ。

●富岡製糸場への入場者数が急増

14年6月に「富岡製糸場と絹産業遺産群」として世界文化遺産登録、14年10月には国宝への登録も決定した富岡製糸場では、観光客が急増し、14年度の入場者数は134万人と、13年度(31万人)の約4倍となった。さらに15年のゴールデンウィーク期間中には、5月4日の1日当たり来場者数が12,203人と、過去最高を記録している。

観光客の急増によって解説員が不足したため、富岡製糸場ではスマートフォンを使った多言語対応の音声ガイドサービスを始めた。スマートフォンからバーコードを読み取ることで音声ガイドを聞くことができる他、スマートフォンを持たない人も200円で音声ガイド機を借りることができる。また入場者が集中する

ゴールデンウィーク期間中、富岡市では周辺の民間工場から駐車場を借りるなどの渋滞対策に追われた。

15年4月には見学料を500円から1,000円に値上げし、それを原資に30年かけて本格的な保存整備工事を進める他、今後は「世界遺産センター」の開設も予定している。

●成田エクスプレスが富士山・河口湖まで直通運転を開始

14年7月、東日本旅客鉄道株式会社（以下、JR東日本）の「成田エクスプレス」が富士急行線河口湖駅への乗り入れを開始し、日本の空の玄関口と富士山との間で直通運転が始まった。1日1往復で、土曜・休日を中心に運行される。もともと同年9月までの運行予定だったが、好調により11月まで延長された。成田空港を利用する訪日外国人の利用が多く、14年の運行期間中、大月～河口湖間では乗客の約30%が外国人観光客であった。15年も3月～9月までの運行を予定している。

●茨城県、ベトナムからの観光ツアー増

14年10月に、茨城県知事を含む100人超の訪問団がベトナムを訪れたのを機に、茨城県とベトナムとの交流が活発化している。14年11月にホーチミン市で開催された訪日旅行商談会で、茨城県や市町村、観光業者などによる招致活動が行われた結果、茨城県内観光地に関する旅行会社からの問い合わせが増加した。14年は5件だったベトナム人観光客による県内観光地へのツアーも増加し、15年の4月以降は50件以上が企画されている。特に、国営ひたち海浜公園や袋田の滝、偕楽園などの人気が高い。また、15年3月にはジェット茨城が招請事業を行い、ベトナムと台湾の旅行代理店やメディアの担当者を茨城県内観光地に招いた。15年9月のシルバーウィークには、茨城空港とハノイのノイバイ空港を結ぶ、ベトジェット航空によるチャーター便の就航も決まっており、今後、ベトナムとのさらなる交流の活発化が期待される。

●埼玉県「アニ玉祭」開催

アニメの聖地を目指している埼玉県では、13年より、アニメイベント「アニ玉祭」を開催している。14年は10月に埼玉県大宮ソニックシティで開催され、「アニメと観光」というテーマのもと、埼玉県内のアニメ舞台である久喜市、秩父市、川越市などの他、全国からアニメや漫画の舞台地が集結した。アニソライブや声優トークショー、コスプレイベントなどに加え、アニメや漫画を活用した地域おこしに関する会議、「アニメの聖地サミット in 埼玉」や、全国のアニメ聖地の観光物産展・聖地巡礼パネル展などが催された。2日間で6万3千人の来場者数があり、イベントによる埼玉県内の「聖地」における観光振興が期待される。

●箱根町とJTBが連携協定

14年12月、箱根町とJTB国内旅行企画が観光振興に関する包括的連携協定を締結した。「箱根町観光振興条例」に基づく「HOT21観光プラン実施計画」を推進するための体制強化が目的。観光推進委員会や研究会の設置、滞在型・着地型旅行商品の開発・販売、訪日外国人対応（多言語対応、外貨両替対応、プロモーションなど）などの施策を実施していく。

●甲府市とカプコンが連携協定

甲府市は15年3月、株式会社カプコンと「地域活性化に関する

包括協定書」を締結した。自治体とゲーム会社が提携を結ぶのは全国で初めて。19年の甲府市開府500年に向け、観光振興と地域活性化を図ることが目的。カプコンの家庭用ゲームソフト「戦国BASARA」シリーズに登場する武田信玄のキャラクターを活用したプロモーションが中心で、特に若年層や外国人観光客をターゲットとしている。取り組みの第1弾として15年7月より、市内30カ所に設けられたポイントを巡ることで武将のレア画像や限定グッズがもらえる「KOFU SAMURAI Wi-Fi×戦国BASARAスタンプラリー」が行われている。

●栃木県「本物の出会い 栃木」春の観光キャンペーンを開催

15年度のJR東日本春季重点販売地域に指定された栃木県では、「本物の出会い 栃木」と題して、15年4月～6月に春の観光キャンペーンを開催した。県内約800カ所の「おもてなし施設」で割引やプレゼントなどのおもてなしが受けられる「本物の出会い 栃木パスポート」の発行が始まった。パスポートを使ったスタンプラリーも行われており、「おもてなし施設」を巡ってスタンプを集めることで、プレゼントへの応募ができる。スタンプ数や宿泊数に応じてパスポートのランクが「ビジター」、「リピーター」、「ファン」の順にステージアップされ、応募できるプレゼントも豪華になる仕組みになっている。

●草津温泉「熱乃湯」がリニューアルオープン

草津温泉名物「湯もみと踊り」を披露している「熱乃湯」の建て替え工事が終わり、15年5月にリニューアルオープンを向かえた。立て替えは湯畑整備事業の一部として14年秋に着工したもの。建物は大正ロマン風のデザインとなっている。リニューアル後は、より多くの来訪者にショーを楽しんでもらえるよう回数や定員を増やした。

またこれに合わせ、「湯もみ」がテーマのダンスイベント「熱湯 湯もみダンス選手権 IN 草津温泉2015」が開催された。同イベントは近畿日本ツーリストが企画したもので、「湯もみ」をテーマにしたさまざまなジャンルのダンスを披露して競うもの。ダンスの審査基準は通常のダンスコンテストとは異なり、「草津温泉に対する愛情・こだわり」や「草津温泉名物の『湯もみ』のアピール度」としている。ダンスステージは「熱乃湯」内の舞台。草津に新たな魅力となるイベントとして期待される。

●箱根山に火口周辺警報

15年5月、箱根山に火口周辺警報が出され、噴火警戒レベルが2（火口周辺規制）に引き上げられた。これに伴い、多くの観光客が訪れる大涌谷では、水蒸気爆発による小規模な噴火の可能性があると、半径300m以内の範囲に避難指示が出された他、周辺の半径約3kmの範囲にある登山道やハイキングコースも封鎖された。箱根ロープウェイも全線が運休となり、名物「黒たまご」の製造・販売も中止となった。

この影響で、15年5月の箱根町における観光施設入場客数が前年同期比2割減になるなど、観光客数が減少した。これに対して、観光客減の影響を少しでも抑えようと、箱根町では、立ち入り規制されている地域は箱根町全体の「0.3%」にとどまるとして、危険性のない地域についてのアピールを行った。気象庁

では、箱根山全体が危険だという印象を与えないよう、火山情報の表記を「箱根山」から「大涌谷周辺」に変更するなどの対応をしている。また、総合観光案内所では外国語の規制区域図を配るなど、外国人観光客への情報提供も行っている。

15年6月末には警戒レベルが3（入山規制）に引き上げられ、避難指示区域も半径1kmの範囲に拡大した。これに伴い、避難指示区域の温泉供給施設ではメンテナンスが困難となり、仙

石原や強羅地区の一部旅館などで、温泉の湯が止まる、色が変わるなどの影響が出ている。

15年7月1日時点における8月の宿泊施設予約状況は前年同期に比べてほぼ半減しており、観光業への影響は深刻さを増している（15年9月11日にレベル2に引き下げ）。

（川村竜之介）